

Inhalt

Einleitung: Anspruchsgruppenorientierte Kommunikation	9
I. Kundenkommunikation	
Das Externe Vorschlagswesen – Entwicklung eines Kommunikationssystems zur Integration von Kunden in den Innovationsprozess <i>Dominik Walcher</i>	15
Die Folgen der Low- und High-End-Polarisierung auf die Marketingkommunikation der deutschen Automobilindustrie <i>Rudolf v. Iperen</i>	33
The 30-Second-Sale: Snap impressions of a retail sales person influence consumers decision making <i>Jürg Hari & Michael Stros & John Marriott</i>	53
“We want you to love our product” –An English-German Translation Analysis of Consumer Oriented Language on Drink Packaging Texts <i>Claudia Böttger & Christina Janik</i>	67
„Beeing hopeful“ oder wie die Biene zum Corporate Weblog kommt: Sprachliche, inhaltliche und gestalterische Mittel der Interaktivität <i>Anja Janoschka</i>	85
Dem Kundenwunsch auf der Spur: Informationsgewinnung in netzbasierter Kommunikation <i>Arno Hollosi & Stefan Grünwald</i>	107
Möglichkeiten der visuellen Darstellung von Weinproduktattributen durch Piktogramme <i>Albert Stöckl & Barbara Ziegler</i>	125
Marketing für Tischler – Die Rolle der Kommunikation im Marketing-Mix österreichischer Handwerksbetriebe <i>Martin Mimm & Günter Berger</i>	143

Marketing und Kommunikation mit Musik: Das Spiel mit den Emotionen <i>Frank A. Diederichs</i>	159
II. Mitarbeiterkommunikation	
Kultur(en) der internen Unternehmenskommunikation – Einfluss und Gestaltungsmöglichkeiten. Ein Forschungsprojekt in zwei Institutionen im Gesundheits- und Bildungssektor <i>Sylvia Bendel Larcher & Manuela Lackus</i>	179
Leitbilder auf dem Prüfstand <i>Sandra Rothenberger & Mario Kolar & Dagmar Abfalder</i>	199
A constructivist approach to communication and projection <i>Hans Skytte</i>	211
Proxemik in der Teamdynamik – Raumsprache diktieren und interpretieren <i>Armin Poggendorf</i>	233
Positionierung und Profilierung starker Arbeitgebermarken: Employer Branding als strategisches Ziel anspruchsrgruppenorientierter Personalkommunikation <i>Tobias Anslinger & Johannes Dickel</i>	247
III. Spezielle und multiple Anspruchsgruppen	
Stile universitärer Wertekommunikation – Ein Vergleich im europäischen Wirtschaftsraum <i>Dirk Moosmayer</i>	267
Modelle der Integrierten Kommunikation <i>Michael Boenigk</i>	281
Kommunikation betrieblicher Entscheidungssituationen – Eine empirische Analyse der Auswirkungen von Framing <i>Magdalena Margreiter & Christine Mitter</i>	299

Diachroner Wandel von Zielgruppenansprachen – veranschaulicht anhand der bildschematischen Konzeptualisierung in Jahresberichten <i>Christopher M. Schmidt</i>	317
Lust auf Perspektivenwechsel – Ein Experiment zur Verhaltensänderung <i>Julia Hintermann</i>	329
Einige Überlegungen zu einer Übersetzungstheorie von Tourismuswebsites <i>Annikki Koskensalo</i>	349
Integrierte Kommunikation in Unternehmen – Forschungsstand, empirische Befunde, Bewertungsansatz <i>Marcus Stumpf</i>	361
Investor Relations Newsletters – Funktion, Aufbau und Sprache <i>Anne Grethe Pedersen</i>	371
Virtuelle Unternehmenskommunikation: Die neue EU-Richtlinie über die Ausübung von Aktionärsrechten <i>Gisela Heindl & Christian Szücs</i>	387
Stakeholderorientierte Informations- und Kommunikationspolitik in Nonprofit-Organisationen – Leistungsberichterstattung als Instrument zur strategischen Beziehungsgestaltung <i>Sandra Stötzer</i>	403
Country-Branding als Identitätsmetapher <i>Francisco Javier Montiel & Jorge Peña & Joan Ramon Rodríguez</i>	421
City-Branding – Markenbildung durch Auswahl und Einsatz von Wertprägungen <i>Rogier Crijns</i>	439
Mehr Orientierung durch Orienteering – Neue Perspektiven für erfolgreiche Teamkommunikation durch paralleles Lernen auf unterschiedlichen Ebenen. <i>Florian Elstner</i>	451

Schnittstellenkommunikation im Produktentwicklungsprozess als erfolgsrelevanter Faktor – Eine Analyse innovationsorientierter deutscher, österreichischer und Schweizer Unternehmen <i>Manuela Lackus & Bernhard Rothbucher</i>	461
Communication matters – Netzwerkkonstitution im Entrepreneurship <i>Mark Euler & Bernhard H. Vollmar & Sascha Kraus</i>	479
Autorenverzeichnis	495